

## **JURIDICAS**

**Estado del arte del proyecto:** “La comunicación política en la esfera pública digital. Caso candidatos presidenciales de Colombia 2018”.

**Autores:** Álvaro Acevedo Merlano, Alicia Chamorro Muñoz, Margarita Quintero Leon.

### **Resumen:**

La presente investigación busca conocer si con el advenimiento de las TIC y el uso masivo de las redes sociales, la participación política y la opinión pública en Colombia y en Latino América han aumentado o por el contrario ha disminuido entre la población de adultos jóvenes, adultos maduros y aquellos que antaño llenaban las plazas de cada ciudad. La investigación busca conocer si existe una participación en política mayor o menor a partir del uso de las redes sociales, así como el grado de importancia de la opinión política en las redes para cambiar y transformar el destino de las sociedades. También se quiere establecer si acontecimientos como la llamada primavera árabe y otros similares fueron impulsados por la voluntad de los jóvenes a través de las redes sociales, o si por el contrario detrás hay hilos invisibles y mediaciones que detonaron y desataron esas realidades a través de la televisión y la radio. En consecuencia, se busca conocer qué mediación cultural es realmente la que determina una opinión política y cuáles son las herramientas que la permiten y en qué grado frente a las demás. Para ello la investigación consultará los más reputados estudiosos académicos de la política en Latinoamérica, a expertos en estudiar las redes sociales, la política y las TIC.

### **Marco teórico:**

Sobre las ruinas de lo que constituyó la sociedad industrial, el animal político, como le llamó Aristóteles al hombre de su época, ha venido edificando desde hace unos 30 años, con parte de esos materiales y otros retazos lo que hoy se conoce como la sociedad de la Información y del conocimiento. Dicha sociedad no tiene sus bases en “un modelo de producción económico basado en la producción sistemática del trabajo, la utilización de nuevas tecnologías, la producción masiva de artículos de fácil tipificación y el empleo de grandes masas de trabajadores subsalariados (Tono, 2002:150), sino esencialmente en el desarrollo, multiplicación y potenciación del conocimiento a través de las mediaciones de la cultura tecnológica digital; mismas éstas que han revolucionado la mayoría de los ámbitos de la vida humana, siendo el de la comunicación el escenario en donde son palpables las más hondas transformaciones sociales (Trillos, 2015; Hernández y Buitrago, 2017; Jiménez Ariaz, G., Ortiz Severiche, W., Pérez Gómez, E., Romo Boneth, E., & Crespo Arévalo, L., 2018). Aunque es menester reconocer que Internet ha dado lugar al surgimiento de “una economía interconectada y profundamente interdependiente, de aplicar su progreso en tecnología, conocimiento y gestión a la tecnología” (Castells, 1999:94), habría que preguntarse también si estos profundos cambios que acontecen en la sociedad red ocurren por las diversas mediaciones cognoscitivas (Orozco, 2002:26) en el marco de un estructuralismo tecnocrático u obedecen, al igual que todos aquellos ocurridos en el devenir histórico, a la lucha por el poder entre los hombres en el marco de un Estado-nación cada vez más fragmentado y gaseoso. En cuanto a ello, “que unos manden y otros obedezcan es algo no sólo inevitable sino conveniente” dijo Aristóteles hace más de 2300 años al concebir la organización de la polis bajo el paradigma patrístico que tuvo y tiene aún en altísima estima “la valoración de la guerra y la lucha, en la aceptación de jerarquías y de la autoridad y el poder (...) y en la justificación

racional del control del otro a través de la apropiación de la verdad” (Maturana, 1996: 132). En América Latina las tecnologías de la información y la comunicación han tenido en el último lustro una acelerada penetración en los mercados de los países abiertamente identificados con la corriente económica neoliberal. En cuanto a ello, un reciente informe del Centro de predicción económica, (CEPREDE) con sede en Madrid da cuenta de un crecimiento de usuarios en banda ancha del 20%, en una población de 527 millones de habitantes. Según el boletín del segundo trimestre de 2012 el número de conexiones en Latinoamérica hoy supera los 52 millones y su crecimiento no se detiene, por el contrario, y debido a las iniciativas políticas de los gobiernos claramente identificados con la globalización y la sociedad de la información, la masificación de las conexiones a Internet a través de múltiples modos aumenta de manera dramática. Ello por supuesto ha traído como consecuencia, una mayor posibilidad para que la industria cultural occidental penetre los más recónditos espacios de la cotidianidad del hombre latino sin que medie resistencia alguna por parte de los Estados, puesto que estos últimos debido al divorcio entre política y poder, han perdido fuerza, desentendiéndose del control y la fiscalización, para delegarlo, o mejor, como dice Bauman, dejarlos “a las fuerzas del mercado” (2007: 8) y a la “iniciativa privada” transnacional, inversiones que deja solo a los “Estados Unidos el 55% de las ganancias mundiales generadas por bienes culturales y comunicacionales; la Unión Europea, con el 25%; Japón y Asia, con el 15%, y América Latina con solo el 5% (de Moraes, 2011: 40, citando a Canclini). Salvo las facilidades que una reducida élite de ciudadanos posee para compartir información, comunicarse instantáneamente, coordinar algunas acciones que han dado al traste con amañadas reformas políticas, educativas o en los sistemas de salud, las tecnologías están lejos de convertirse en una solución importante para mejorar las condiciones de vida de los latinos. Es así como todavía los sectores de las “telecomunicaciones, energía, agua, petróleo, gas natural, bancos, agricultura, siderurgia y medicamentos, son dominados por las transnacionales, sin que en la mayoría de países, haya leyes y normativas jurídicas capaces de controlar democráticamente y someterlas al reglamento y la fiscalización” (de Moraes, 2011:27). Quizá una de las razones para que ello ocurra, es porque “el desarrollo de las ciber tecnologías está animado por Estados que perciben el poder en general y la supremacía militar en particular” (Levy, 2007:11). Al respecto, Dennis de Moraes dice en La cruzada de los medios en América Latina, que “estos cambios son el resultado de movilizaciones populares en contra de la degradación de la vida social durante décadas de hegemonía neoliberal” (de Moraes, 2011:15). Quizá las causas de las manifestaciones de rechazo, de los latinoamericanos en contra de las políticas sociales, la corrupción, la mercantilización de la salud y la educación, entre otras, no obedece exclusivamente al uso de las TIC, ni mucho menos, por cuanto está demostrado que el hombre en su devenir histórico se ha revelado ante las injusticias y reclamado por sus derechos ante sus gobernantes cuando la opresión es ignominiosa, pero es innegable también que la masificación de las tecnologías de la información y las comunicaciones han coincidido con un malestar de reclamo y ánimos independentistas frente a una hegemonía del poder económico global cuyo espíritu es cada vez más inhumano, mercantil, utilitarista y funcionalista (Trillos, 2014).

### **Estado del arte:**

Son numerosos los estudios que se han centrado en analizar las oportunidades que ofrecen los entornos digitales para la comunicación política en general (Gibson y Cantijoch, 2013; Kruike-meier et al., 2013; Williams y Delli Carpini, 2011; Anduiza et al., 2010; Webster, 2001) y más particularmente, para el desarrollo de las campañas on line frente al modo off line (Lilleker y Koc-michalska, 2013; Vergeer, 2012; Hoffman, 2012; Hendricks y Kaid, 2010; Chadwick y Howard, 2009; Klotz, 2004; Farrell et al., 2001). La mayoría de estos estudios muestran cómo, en la actualidad, los usuarios de Internet tienen mejores oportunidades de interactuar con las personas y las organizaciones de tal manera que

se reduzcan las jerarquías sociales así como la brecha que los separa de sus representantes electos. Twitter ha sido una de las últimas herramientas surgidas en el ámbito de las redes sociales y su influencia sobre elecciones, desde la sonada campaña de Barak Obama en 2008 este hecho ha justificado la proliferación de estudios realizados en diferentes contextos políticos vinculados al uso de la red social en campaña electoral (Dheery y Verdegem, 2014; Caldarelliet. al, 2014; Larsson y Moe, 2013; Small, 2012; Parmelee y Bichard, 2012; Aharony, 2012; Hong y Nadler, 2012; Bruns y Burgess, 2011; Ancu, 2011; Hendricks and Frye, 2011; Ammann, 2011; Holotescu et al., 2011; Grant et al., 2010; Golbeck et al., 2010; Solop, 2010; Jungherr, 2010; Glassman et al, 2009). Del mismo modo, el impacto de Twitter en las decisiones de voto aún no está suficientemente demostrado. Por un lado estudios han analizado elecciones en Singapur (Choy et al., 2011; Skoric et al., 2012), Reino Unido (Lamos, 2012), Dinamarca (Sang y Bos, 2012), y España (Borondo et al., 2012; Congosto et al., 2011), con resultados sistemáticamente positivos, concluyendo que Twitter representa una rica fuente de datos para medir la opinión pública, y el número de tweets mencionando nombres de partidos políticos, candidatos y distritos competitivos puede ser usado para realizar predicciones sobre su número de votos a nivel nacional. Por otro lado, estudios similares advierten que el poder predictivo de Twitter respecto a los resultados electorales ha sido ampliamente exagerado, mostrando que este tipo de medidas no tiene mayor capacidad predictiva que un pronóstico realizado al azar (Metaxas et al. 2011 y Gayo-Avello 2012). Finalmente en Colombia, no se han realizado estudios sobre la influencia de las redes sociales en elecciones, sin embargo se han realizado breves análisis en prensa nacional acerca de los candidatos que más se mueven en las principales redes sociales con vagas predicciones frente a lo que finalmente aconteció al momento del ejercicio del voto y la participación de los candidatos en las urnas. (Pabón, 2018; Narváez-Mercado, Matsumoto-Benitez, Mira-Olano, & Zúñiga-Bolívar, 2019; Trejos Rosero, L., Badillo Sarmiento, R., & Irreño Quijano, Y. 2019).

## Referencias:

- Acevedo, A., Chaux, J. & Rodríguez, U. (2016). Las relaciones de pareja en los videojuegos de rol multijugador masivos en línea (MMORPG). *Athenea digital: Revista de pensamiento e investigación social*, 16(3) 131-165. Doi <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.1641>
- Arcila, C., López, M., Pena, J. (2017): “El efecto condicional indirecto de la expectativa de rendimiento en el uso de Facebook, Google+, Instagram y Twitter por jóvenes”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 590 a 607. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1181/31es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2017-1181
- Casero, A., Miquel, S., Alonso, L. (2016). “El potencial dialógico de Twitter en campaña electoral. El caso de PSOE y Podemos en España”. En: *Iberian conference on information systems and technologies (Cisti)*, 15-18 de junio. <https://doi.org/10.1109/CISTI.2016.7521592>
- ComScore (2018). Estado de Social Media en América Latina 2018. Recuperado de:

<https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2018/Estado-de-Social-Media-en-America-Lat>

ina-2018

Departamento Nacional de Estadística (2017). Indicadores básicos de tenencia y uso de tecnologías de la información y comunicación TIC en hogares y personas de 5 y más años de edad.

Jiménez Arias, G., Ortiz Severiche, W., Pérez Gómez, E., Romo Boneth, E., & Crespo Arévalo, L. (2018). Pertinencia de las tecnologías de la información y la comunicación para el fortalecimiento de la comprensión lectora. IJMSOR: International Journal of Management Science & Operation Research, 3(1), 57-63. Recuperado a partir de <http://ijmsoridi.com/index.php/ijmsor/article/view/97>

Levy, Pierre, (2007). Cibercultura. La cultura de la sociedad digital. Editorial Anthropos. Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa. Mexico.

Orozco Goomez, Guillermo, (2002). Mediaciones tecnológicas y des- ordenamientos comunicacionales.

Maturana, Humberto, (1998) Emociones y lenguaje en educación y política. Dolmen. TM Editores. Colombia.

Narváez-Mercado, B., Matsumoto-Benitez, N., Mira-Olano, L., & Zúñiga-Bolívar, A. (2019). Los derechos e inclusión de las víctimas del conflicto armado vs. las obligaciones Estado colombiano / The rights and inclusion of the victims of the armed conflict vs. the obligations of the Colombian State JURÍDICAS CUC, 15(1), 321-352. DOI: <https://doi.org/10.17981/juridcuc.15.1.2019.13>

Pabón-Arrieta, J. (2018). Notas acerca de la Democracia en Norberto Bobbio / Notes about democracy according to Bobbio. JURÍDICAS CUC, 14(1), 9-28. <https://doi.org/10.17981/juridcuc.14.1.2018.01>

Castells, Manuel, (1999). La era de la información, Editorial Siglo XXI. Madrid, España.

De Moraes, Denis, (2011). La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación.

Departamento Nacional de Estadística (2017). Indicadores básicos de tenencia y uso de tecnologías de la información y comunicación – TIC en hogares y personas de 5 y más años de edad. Recuperado de: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol\\_tic\\_hogares\\_2017\\_v2.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_tic_hogares_2017_v2.pdf)

Trillos Pacheco, J. J., & Ballesteros Valencia, H. (2015). Comunicación política, relaciones de poder y opinión pública en la Red. Barranquilla: Educosta. p.p. 8 - 12

Trillos P. Juan José, (2014). La red: escenario para la fragmentación del poder y la política en América Latina. En. La comunicación política y la democracia en América Latina. p.p. 87-104. Editorial Gedisa. Madrid, España.

Trillos P. Juan José, (2015). La comunicación contemporánea en el circuito de la opinión pública y las relaciones de poder en la Red. En Trillos Pacheco, J. J., & Ballesteros Valencia, H. (2015). Comunicación política, relaciones de poder y opinión pública en la Red. Barranquilla: Educosta.

Tunez, M. y Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. Revista Latina de Comunicación Social, 66. Recuperado de: [http://www.revistalatinacs.org/11/art/930\\_Santiago/RLCS\\_art931.pdf](http://www.revistalatinacs.org/11/art/930_Santiago/RLCS_art931.pdf)

Trejos Rosero, L., Badillo Sarmiento, R., & Irreño Quijano, Y. (2019). El caribe colombiano: entre la construcción de paz y la persistencia del conflicto. Colombian Caribbean Region: between peacebuilding and the persistence of conflict. JURÍDICAS CUC, 15(1), 9-46. <https://doi.org/10.17981/juridcuc.15.1.2019.01>

Hernández, M., & Buitrago, R. (2017). Role of the organizational synaesthete in the management of assertive communication. ECONÓMICAS CUC, 38(2), 61-76. <https://doi.org/10.17981/econcuc.38.2.2017.05>